



Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу

об административном правонарушении № РШ 57-07/16

10 августа 2016 года

№ 03-06/7437

Сыктывкар

Временно исполняющая обязанности заместителя руководителя управления - начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России), адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А, <...>, рассмотрев протокол от 29.07.2016 и материалы дела № РШ 57-07/16 о совершении <...>, в период с 01.05.2015 по 15.03.2016 являвшуюся должностным лицом - генеральным директором ООО «Современная Медицинская Клиника» (далее – <...>), родившейся <...>, адрес регистрации: <...>, паспорт серия <...>, административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ)

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело возбуждено протоколом Коми УФАС России от 06.06.2016, составленным в отсутствие <...>., надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте его составления, что подтверждается уведомлением о вручении 04.07.2016 почтового отправления № 16799199465578 и ходатайством от 05.07.2016 № 47 (вход. № 3560 от 14.07.2016).

Определением Коми УФАС России от 01.08.2016 № 03-06/7045 рассмотрение дела № РШ 57-07/16 назначено на 10 августа 2016 года в 15 часов 45 минут.

Копии протокола об административном правонарушении и Определения направлены Коми УФАС России в адрес <...> письмом от 01.08.2016 № 03-06/7046, которые получены ей, что подтверждается письмом № 52 от 05.08.2016 (вх. № 4032 от 08.08.2016), этим же письмом просившей рассмотреть настоящее дело в её отсутствие.

Административное дело рассмотрено 10.08.2016 в 15 часов 45 минут в отсутствие <...>

В ходе рассмотрения настоящего административного дела должностным лицом Коми УФАС России установлено следующее.

В Коми УФАС России поступило заявление <...> от 23.10.2015 (вх. № С-201 (эл) от 26.10.2015).

Из заявления следует, что в информационно-развлекательном печорском еженедельнике «Добрая газета» от 09.10.2015 № 33 (312) на странице (полосе) 1 размещена недостоверная реклама многопрофильного медицинского центра «Современная Медицинская Клиника».

По результатам рассмотрения заявления принято решение о возбуждении дела № Р 01-01/16 по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе в отношении ООО «Современная Медицинская Клиника».

Из материалов рекламного дела № Р 01-01/16 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии со ст. 3 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона о рекламе) реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена в периодическом печатном издании – в информационно-развлекательном печорском еженедельнике «Добрая газета» № 33 (312) от 09.10.2015 на странице 1;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: многопрофильному медицинскому центру «Современная Медицинская Клиника» и оказываемым им услугам, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная в информационно-развлекательном печорском еженедельнике «Добрая газета» № 33 (312) от 09.10.2015 на странице 1, является рекламой.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о

преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами ([пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе](#)).

ФАС России письмом от 03.12.2015 № АД/68908/15 пояснила, что использованные в рекламе словосочетания «самое современное» или «высочайшее качество» содержат термины в превосходной степени сравнения, при этом такое сравнение подразумевает противопоставление рекламируемого товара иным товарам на рынке (не названным в рекламе, любым товарам на рынке), представляя рекламируемый товар в более выгодном свете по сравнению с иными товарами. Такие выражения являются сведениями о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Таким образом, применительно к использованию в рассматриваемой рекламе выражений «самое современное» и «высочайшее качество», содержащих термины в превосходной степени сравнения, действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Указанная реклама должна свидетельствовать о том, что ни одна другая организация, действующая в данном регионе, не имеет таких показателей относительно качества услуг и оснащения медицинским оборудованием.

В данной ситуации, содержащиеся в рекламе выражения «наша клиника оснащена самым современным медицинским оборудованием» и «Современная Медицинская Клиника» гарантирует высочайшее качество оказываемых услуг» не отвечают действительности, поскольку реклама должна содержать все необходимые подробности, разъясняющие указанную в ней информацию, если таковые имеются, однако в данном случае это требование не было выполнено, и потребители рекламы могут вводиться в заблуждение. Данная реклама способна повлиять на правильность выбора предлагаемых товаров (работ, услуг). Доказательств обратного ООО «СМК» в материалы рекламного дела не

представлено.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе, рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Реклама размещена в информационно-развлекательном печорском еженедельнике «Добрая газета», учредителем которого согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ №ТУ 11-0091 от 20.12.2010, является ООО «Профит-Л».

Из письменной информации, представленной ООО «Профит-Л» письмом от 14.12.2015 № 1 (вход. № 3434эл. от 21.12.2015), рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ООО «Профит-Л», рекламодателем – ООО «Современная медицинская клиника». Заявка на размещение рекламы подавалась по телефону генеральным директором ООО «Современная медицинская клиника» - <...>. Содержание рекламы определено рекламодателем. Согласование рекламы производилось по телефону и по электронной почте. Реклама распространялась 09.10.2015 и 16.10.2015 на территории г. Печоры Республики Коми.

Из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Современная медицинская клиника».

Из письменной информации, представленной ООО «Современная медицинская клиника» письмом от 20.01.2016 № 5 (вход. № 259. от 22.01.2016), рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ООО «Профит-Л», рекламодателем – ООО «Современная медицинская клиника». В Уставе предприятия (п. 2.3) не предусмотрен виды деятельности – рекламопроизводство, рекламодателем – ООО «Современная медицинская клиника». В Уставе предприятия (п. 2.3) не предусмотрен виды деятельности – рекламопроизводство, рекламодателем – ООО «Современная медицинская клиника». В штате ООО «СМК» отсутствует специалист – рекламопроизводитель. ООО «СМК», как и любое иное предприятие, нуждается в рекламе оказываемых услуг, в виду чего руководством ООО «СМК» 29.04.2015 г. был заключен договор № 29/04/2015 с рекламодателем, рекламопроизводителем – ООО «Профит-Л». В

соответствии с п. 1.1. Договора, ООО «Профит-Л» по заданию ООО «СМК» возмездно выполняет работы и/или услуги по производству и размещению рекламных и/или информационных материалов. ООО «СМК» не является предприятием, специализирующимся на рекламопроизводстве и рекламораспространении, заключило вышеуказанный договор с ООО «Профит-Л». В соответствии с условиями договора, ООО «Профит-Л» взяло на себя обязательства изготовить для ООО «СМК» рекламу – информацию, текст рекламы – информации изготовило ООО «Профит-Л», текст рекламы ООО «Профит-Л» посредством электронной почты отослало на электронный адрес ООО «СМК», генеральный директор с предложенным ООО «Профит-Л» текстом рекламы согласился. Исходя из условий Договора, обязанность следить за соответствием рекламы – информации требованиям законодательства взяло на себя ООО «Профит-Л» (п. 2.3.4 Договора), генеральный директор ООО «СМК» <...> не являясь специалистом в сфере рекламопроизводства и рекламораспространения, полностью положились на профессионализм и знание Закона о рекламе на предприятие, занимающееся изготовлением и распространением рекламы на постоянной основе.

Согласно п. 1.1 Устава ООО «СМК», копия которого имеется в материалах рекламного дела, Общество учреждено с целью, в том числе извлечения прибыли. В соответствии с п. 2.2 Устава ООО «Современная Медицинская Клиника», копия которого представлена в материалы рекламного дела, целью деятельности Общества является удовлетворение общественных потребностей юридических и физических лиц в работах, товарах и услугах и получение прибыли. Согласно п. 2.3 Устава видами деятельности Общества является предоставление медицинских услуг: профилактических, диагностических, лечебных и реабилитационных.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена Обществом для привлечения внимания потенциальных потребителей к объектам рекламирования: многопрофильному медицинскому центру «Современная Медицинская Клиника» и оказываемым им услугам, с целью получения Обществом прибыли от его экономической (уставной) деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Современная Медицинская Клиника», должностным лицом ООО «Современная Медицинская Клиника», ответственным за соблюдение Обществом законодательства о рекламе, является <...> рекламораспространителем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ООО «Профит-Л».

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе произошло, в том числе, по вине должностного лица ООО «СМК» <...> в период с 01.05.2015 по 15.03.2016 являвшуюся должностным лицом - генеральным директором ООО «Современная Медицинская Клиника».

Из материалов рекламного дела усматривается, что, в том числе <...> не предприняла должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, <...> нарушены требования п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Решением Комиссии от 25.04.2016 № 03-01/3618 реклама следующего содержания: «СМК «Современная Медицинская Клиника» Многопрофильный медицинский центр Лицензия ЛО-11-01-001388 от 21.04.2015 г. К ВАШИМ УСЛУГАМ: • педиатрия, • терапия • неврология • онкология • акушерство и гинекология • стоматология • ортодонтия • гомеопатия • ЭКГ • ультразвуковая диагностика (УЗИ) • лабораторная диагностика • услуги процедурного кабинета • **вызов специалиста на дом** (оформление больничного листа) Наш партнер Центральный НИИ Эпидемиологии СМД Центр молекулярной диагностики **Опытные врачи** Все врачи нашей клиники имеют опыт работы в своей отрасли более 10 лет **Индивидуальный подход** Мы ценим каждого нашего клиента и предлагаем индивидуальные условия лечения **Современное оборудование** Наша клиника оснащена самым современным медицинским оборудованием **Качественное обслуживание** «Современная Медицинская Клиника» гарантирует высочайшее качество оказываемых услуг Печорский пр., д. 90ж Тел.: 7-14-00, 7-14-14, www.komi-doktor.ru Пн-Вс с 8:00 до 20:00 без выходных **ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА**», признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем [законодательства](#) о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 – 5 настоящей статьи](#), частью 4 статьи 14.3.1, [статьями 14.37, 14.38, 19.31](#) настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей

Рассматриваемые действия не подпадают под признаки административных правонарушений, предусмотренных частями 2 – 5 статьи 14.3, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ.

С учетом изложенного, <...> в период с 01.05.2015 по 15.03.2016 являвшаяся должностным лицом - генеральным директором ООО «Современная Медицинская Клиника», допустила административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Время совершения административного правонарушения: 09.10.2015 и 16.10.2015

Место совершения административного правонарушения: г. Печора, Республика Коми.

Согласно ст. 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Под должностным лицом следует понимать лицо, постоянно, временно или в соответствии со специальными полномочиями осуществляющее функции представителя власти, то есть наделенное в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от него, а равно лицо, выполняющее [организационно-распорядительные](#) или [административно-хозяйственные](#) функции в государственных органах, органах местного самоуправления, государственных и муниципальных организациях. Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-

хозяйственных функций руководители и другие работники иных организаций, в том числе руководители организаций, осуществляющих полномочия единоличных исполнительных органов других организаций, несут административную ответственность как должностные лица.

Из материалов административного и рекламного дел следует, что у <...> имелась возможность для соблюдения требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, однако из имеющихся в рекламном и административном делах материалов не усматривается, что все зависящие от неё меры к соблюдению требований рекламного законодательства ей были приняты.

<...> не предприняла достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонилась от обязанности по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям рекламного законодательства.

В связи с чем, обстоятельств, как исключających возможность соблюдения <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии ей всех зависящих от неё мер по соблюдению требований рекламного законодательства не усматривается.

Таким образом, вина <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является установленной.

В соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Из положений пункта 18.1 [Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях»](#) следует, что квалификация правонарушения как

малозначительного может иметь место только в исключительных случаях, при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения.

Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

Сравнительный анализ санкций, содержащихся в КоАП РФ, свидетельствует о том, что нарушение законодательства о рекламе обладает высокой степенью общественной опасности.

В соответствии со ст. 1.2 КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются, в том числе, защита общества и государства от административных правонарушений, предупреждение административных правонарушений.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Требования законодательства о рекламе, а также установление в ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение, направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений.

Каких-либо обстоятельств, характеризующих случай нарушения <...> как исключительный, не установлено, а ей таковых не приведено.

Оценив фактические обстоятельства дела, характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, должностное лицо пришло к выводу о том, что в данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в отсутствии должной предусмотрительности и пренебрежительном отношении <...> к исполнению своих публично-правовых обязанностей и несоблюдении требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В связи с изложенным, рассматриваемое административное правонарушение не может быть признано малозначительным.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностное лицо считает возможным учесть в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность <...>, - добровольное устранение совершенного нарушения, содействие Коми УФАС России в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

ШТРАФ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ ПО ДЕЛУ № _____ ОТ _____ СОГЛАСНО ПОСТАНОВЛЕНИЮ № _____ ОТ _____

В соответствии с ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного [частью 1.1](#) или [1.3](#) настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных [ст. 31.5](#) КоАП РФ.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в [части 1](#) или [1.1](#) настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, изготавливают второй экземпляр указанного постановления и направляют его в течение десяти суток (а в случае, предусмотренном [частью 1.1](#) настоящей статьи, в течение одних суток) судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. В случае изготовления второго экземпляра постановления о наложении административного штрафа в форме электронного документа, юридическая сила которого подтверждена усиленной квалифицированной электронной подписью в соответствии с законодательством Российской Федерации, указанный второй экземпляр направляется судебному приставу-исполнителю в электронном виде по информационно-телекоммуникационным сетям. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном [частью 1 статьи 20.25](#) КоАП РФ, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном [частью 1 статьи 20.25](#) КоАП РФ, в отношении лица, не уплатившего административный штраф по делу об административном правонарушении, рассмотренному судьей, составляет судебный пристав-исполнитель. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном [частью 1 статьи 20.25](#) КоАП РФ, не составляется в случае, указанном в [примечании 1 к статье 20.25](#) КоАП РФ.

В соответствии со статьей 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ст. 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу:

1) после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано;

2) после истечения [срока](#), установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление;

3) немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

Срок предъявления постановления к исполнению – 2 года.

Врио заместителя руководителя управления –

начальника отдела контроля рекламы

и недобросовестной конкуренции

<...>